

〔駒沢女子大学 研究紀要 第17号 p.139～148 2010〕

電子出版専門出版社設立の経緯

田 澤 秀 司*

The Process of E-book Specialty Company Establishment

Shuji TAZAWA*

Abstract

Since late 2009, many people have started talking about e-book. It was the influence of “Kindle” in United States. Now people mention about e-book even more since the appearance of “iPad”, released last January.

I was also present at the establishment of one publisher specialized for e-book in last March.

And I helped the publisher to make the “picture e-book” for children.

I will keep informing you about the experience I had regard to publish the “e-book”. And I will also continue informing my ideas of the context of “e-book”.

1. はじめに

2009年後半頃から、出版業界では電子出版に関する情報が急激に増えてきた。これは、Amazon 社が2007年に発売した電子書籍端末 Kindle の2009年における好調な売上、また Google 社が出版社や執筆者に無許可で図書館の書籍をスキャンして物議を醸した Google Books の訴訟から和解に至る経緯、SONY がアメリカで発売した電子書籍端末 Reader の販売拡大、そしてアメリカ最大の書店チェーンである Barnes & Noble 社による独自の電子書籍端末の発売など、いずれもアメリカでのニュースが日本にもたらされたものだった。アメリカではこのように、2009年に一気に電子出版に関する市場が立ち上がっていた。日本では、すでに2008年に500億円近い電子出版市場が存在するとされていたが、これはほとんど

どが携帯に配信される電子書籍であり、内容はコミック中心である。さらにいえば、この売上の中心となっているコミックは、成人女性向けコミック、いわゆるレディスコミックスの類であり、一般的な出版物の電子出版という部分でいえば、日本の市場はアメリカとは大きく異っており、アメリカと同じ意味の電子出版市場はまだ存在していなかったのである。その後さらに、2010年になって Apple 社がこの市場に iPad という新機種を投入して参入することが明らかになり、日本でも一気に「いよいよ電子出版元年」という認識が広がったのである。

このような状況の中、私は2010年3月にある人物から連絡を受け、その結果、電子書籍専門出版社の設立に立ち会うことになった。日本においては、電子書籍専門の出版社というのはまだほとんど存在しないといっても良い状況であ

*人文学部 映像コミュニケーション学科

る。今後間違いなく拡大するであろう電子出版の世界においては、このようなベンチャー的な出版社がたくさん立ち上がり、メインプレイヤーとなるのか、それともやはり既存の版元がこれまで同様主導権を握ることになるのかは、まだ定かではない。しかし、まさに今出版業界が激動し始めているそのときに、このような経験ができることは非常に貴重なものだと考えている。

本稿は、その電子書籍専門出版社の立ち上げに協力した私の記録と考察である。

2. 立ち上げまでの流れ

2010年3月、私の前職時代の同僚である、原田氏から連絡を受け、会うことになった。

彼は株式会社学習研究社(現、学研ホールディングス)に在職中、小学生向けの科学雑誌の編集、CD-ROMなどのマルチメディアコンテンツの制作、インターネット系の開発を経て、その後新規事業部門に移り、ECなどのマネジメントを主導していた。私は彼が新規事業開発部門に在籍したときに、編集と営業という関係で仕事をすることがあった。

彼は2009年退社後、一人で会社を立ち上げてITコンサルタントの仕事をしていたが、電子出版にまつわる情報に接するうちに、次のようなことを考え始めた。

- ・アメリカで電子出版が立ち上がりつつある。この流れは必ず日本にも来る。
- ・電子出版については、参入障壁が極めて低い。クオリティさえ確保できれば、大手出版社とも戦える。むしろ大手出版社には電子書籍のノウハウはあまりない。
- ・間もなく発売される Apple 社の iPad は、全く新しい家庭用情報端末として受け入れられるであろう。

- ・教育方面の電子書籍を作りたい。入り口として電子絵本から始めてみたい。

そして、その電子絵本の制作に協力して欲しいということだった。すでに協力してもらえるプログラマーもいるという話であり、私も、非常におもしろい試みと感じて、協力を約束した。

3. 会社組織の立ち上げ

実際、最初に原田氏からこの話を受けたときは、彼も自分の会社を窓口にして、実験的な電子絵本タイトルを1~2タイトルリリースして、様子を見る程度の考えだった。この時点でまだ iPad は発売されていなかったが、先行している iPhone のソフト販売モデルが踏襲されると考えられており(実際そのとおりになった)、ソフトの販売は法人組織でない個人ですら可能というほどの状況になっていた。つまり、優良なコンテンツさえ作れば、誰でも Apple のプラットフォーム上で電子書籍を販売できるのである。通常の書籍を書店で販売するためには、取次に取引口座を開くことが必須となる。これは支払いサイトも長く、さらに委託制が基本のビジネスのため、売れなければ9割返品で戻ってくることすらある世界であり、資本金がない零細企業にとっては参入障壁が高く、リスクの高いビジネスである。それに比べ、Apple というプラットフォームに乗って行う電子出版ビジネスは、結局ソフトウェアのオンライン販売と同じであり、作品さえ作れば大きなリスクをとらなくても参入できる世界だ。これは Amazon が展開する電子書籍も同様で、こちらも Kindle 上で個人が電子書籍を販売することができるシステムが整っている。そのため原田氏も、この時点ではトライアルという意識が強く、まず1タイトルという考えだった。このような状況下で、原田氏と、プログラマーの中山

氏、さらに私の3名で企画会議をスタートすることになった。その結果、第1作は、幼児向けの絵本図鑑をリリースする方向性で決定した。

ところがその後状況が急展開する。1994年頃の日本のインターネット黎明期に活躍したIT事業家である長田氏が、さらなる協力者として加わった。長田氏と彼らは、新たに会社組織を立ち上げて、電子出版事業を始めるというビジネスプランを作り始めていた。

こうして、全く新しい出版社が立ち上がることになり、企画した電子絵本はこの会社の第1作となることになった。会社名はNEXTBOOK株式会社とした。

4. 電子書籍とは何か

ひとことに電子書籍といっても、様々な種類が存在する。後に述べるNEXTBOOK社の戦略を理解するためにも「電子書籍」について整理しておきたい。

1) 活字「流し込み」系電子書籍

通常「電子書籍」という用語を使った場合、こちらのフォーマットのものを指している場合が多い。一般的に書籍が電子化されたものであり、基本はデジタルデータの活字を、何らかのハードウェア、例えばAmazonのKindleや、AppleのiPadで読むものであるとあって良い。データの基本はテキストデータである。アメリカでは現在、AmazonのKindleで表示するためのAZWというデータ形式と、SONYやGoogleが採用するEPUB（もともとアメリカの主要出版社が共同で仕様を策定した）という2つのデータ形式が主流となっている。

いずれのフォーマットも、活字中心のデータのため、雑誌のような複雑なレイアウトには対応していない。その反面ユーザーは自由に活字のサイズを変えることが可能な点が特徴である。

つまり、このフォーマットの電子書籍のページ数は、表示する活字の大きさにより異なることになり、版面という概念はそれほど強くない。アメリカで先行したKindleが、予想外に高齢者のユーザーを獲得したという事実は、この「自由に活字の大きさを変えられる」という特徴と無縁ではない。

日本ではシャープがZaurus用に開発したXMDF（2010年9月に発表されたシャープの電子書籍端末GALAPAGOSでは、XMDFをベースとした次世代XMDFが基本フォーマットとなる）、ボージャー・ジャパンが開発した.book（ドットブック）の他、EPUBの次期バージョンでの日本語対応なども進行しており、フォーマットの方向性がまだ見えない状況である。

2) アプリケーション型電子書籍

先に述べたように、活字中心のAZWやEPUBは今のところ複雑なレイアウトには対応していない。そのため、グラフィックな雑誌をこのデータ形式で表現することはできない。したがって、これを電子化するためには全く別のアプローチが必要となる。最も簡単なのは、ページを画像として表示することだ。ページをすべてJPEG画像やPDFなどにしてしまうやり方である。こうすれば、画面上でページをめくるように表示することはKindleやiPadでも可能となる。しかし、それだけだと動画を埋め込んだり、何かインタラクティブな要素を入れたりすることはできない。したがって、一般的にはグラフィックなデザインを電子書籍化するためには、画像やテキストデータを一体化したアプリケーションソフトとして開発されるケースが多い。アメリカの電子雑誌（WiredやTimeなど）は皆このスタイルを採用している。現状コミックスを電子書籍化する場合も、画像データ

ではなくアプリケーション化されるケースが多い。さらに日本では、活字中心の小説などもアプリケーションとして販売されているケースが多い。これはアメリカと異なり、まだ日本語のデータフォーマットが確立していないからである。

3) 電子書籍端末

これらのデータを読むには電子書籍端末が必要である。これまでもパソコンを表示端末とした電子書籍や電子雑誌は存在したが、どれもメジャーになることはなかった。やはり電子書籍が普及するためには、紙の本や雑誌と同じようなスタイルで読める端末が必要だったのだ。この端末の草分けが Amazon の Kindle であり、SONY の Reader である。これらは、いずれも前出の「活字流し込み系電子書籍」用の端末であり、「アプリケーション型電子書籍」用端末ではない。(Kindle にはアプリケーション開発用のツールキットが存在するので、将来はアプリケーション型電子書籍が登場する可能性もある)。一方、Apple の iPad は、電子書籍専用端末ではなく、動作するアプリケーションの一部に電子書籍があるという汎用端末である。EPUB 形式のデータであれば、Kindle では表示できないが、SONY の Reader でも、iPad でも読める。一方 Amazon は、iPad 用のソフトウェア Kindle for iPad を無料で配布しており、このアプリケーションを使えば、Kindle 用の電子書籍を iPad で読むことができる。一方 iPad 用に作られた Wired などのアプリケーション型電子書籍(雑誌)は、他の端末では読むことができない。これらアプリケーションとして開発された電子書籍は、基本的に端末(その機器の OS) 専用となる。

iPad の成功に続き、来年にかけて様々なタッチパネル式の類似端末が登場する予定だが、

iPad 用に開発されたアプリケーションを、これらの別の端末で動作させるためにはアプリケーションの移植作業が必要となる。

4) 電子絵本の位置づけ

それでは電子絵本というのは、どのようなものになるのだろうか。これまで出版された絵本のデータをそのまま電子画像にして、ビューワーに表示すれば、それで電子絵本と呼べるのだろうか。これも電子化された絵本であることには違いないので、確かに電子絵本と呼べるのだが、それだけでは、今のところ絵本を電子化する積極的なメリットは感じられない。熱心な読書家ほど蔵書の収納問題に直面するため、電子書籍を待望する意見が多いと聞いており、活字のみの本ならば電子化するメリットはあっても、電子絵本に関しては、それが紙の絵本の代替品でしかないのなら、無理に今電子書籍化を急ぐ必要もないだろう。

絵本を電子書籍とする場合は、紙の本にない何かを付加できなければ、その存在価値はないと考える。「何かを付加する」というと、すぐに動画を入れたり、触ると動くインタラクティブなイベントが仕込まれたりするようなものを想像することが多いだろう。しかし、これは約20年前に CD-ROM の幼児向けコンテンツが流行したときにほとんどのタイトルが陥っていた問題だった。無理にたくさんのインタラクティブイベントを仕込むと、それは子供にとって本来必要なコンテンツからは逸脱してしまい、結局子供は一度それを体験したらすぐに飽きてしまうということになる。これが20年前のエデュテイメントといわれたソフトが陥った過ちである。

紙の本に「何かが付加された」電子絵本とは、いうまでもなく絵本としての特性を持っていないなければならない。そして、それは決してゲーム

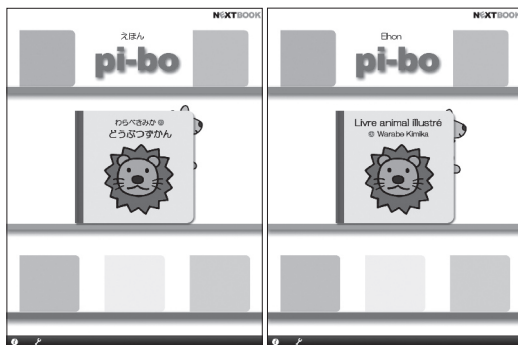
になってはいけない。つまり、紙の本以上、ゲーム未満という領域に新たに創造される、新しいコンテンツなのではないだろうか。つまり電子書籍の絵本とは、これまでの絵本とはまた違う「新しい何か」でなければ、電子書籍として存在する必然性がないものだと考えている。

5. NEXTBOOK 社の戦略

実は、この電子書籍としての絵本の特性については、原田氏も指摘していたことである。それは、「絵本をそのまま画面で見ただけなら、紙の本の方が良い。画面で見る必然性のある絵本を模索したい。そのためには、ビューワーで画像を見る電子書籍ではなく、アプリケーションとして開発した電子絵本を作りたい。そしてそれはゲームとは全く違うものにしたい」ということだった。そして、これがそのままNEXTBOOK 社のポリシーにもなっているという。

1) マルチリンガルの可能性

このような経過を経て2010年7月にNEXTBOOK 社が立ち上がり、電子出版物、とりわけ幼児・児童書の出版のほか、ネット上で作家とファン、読者がコラボレーションして作品を作り上げるネット上のサービスを作り上げるといことも目標にしているが、次に彼ら

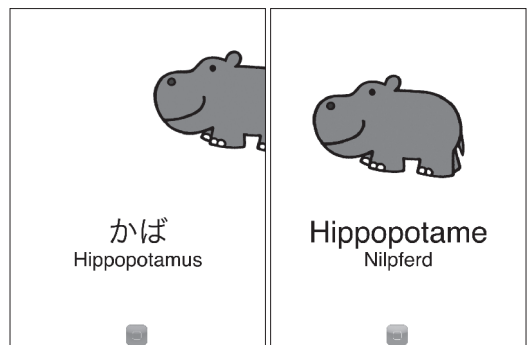


日本語版起動画面と仏語版起動画面。本棚には新刊の絵本を買い足していくことができる

のもうひとつ目標である「マルチリンガル」についての説明をしよう。

もともと全世界で販売することを念頭に開発された iPad には、最初からマルチリンガルの OS が組み込まれている。アメリカで購入した iPad でも、起動するときに日本語の PC と接続してアクティベートすると、日本語 OS が立ち上がるのはそのためである。アプリケーションも同様で、開発時にあらかじめ複数の言語を仕込んでおけば、OS が英語なら英語、日本語なら日本語のソフトとして動作する。彼らは、この機能を使い、最初から日、米、英、仏、独の 5ヶ国語対応の絵本を作り、世界中で販売する計画を持っている。

これまで日本の出版社は、コンテンツを海外で販売するということに対してそれほど積極的ではなかった。それは海外との交渉の面倒さに加えて、日本で売れたものが必ずしも外国で受けるとは限らないという問題が大きかった。特に絵本の分野では、国によって好まれるイラストのテイストが相当に異なるという難しい問題がある。この状況だと、1コンテンツを言語だけ多言語対応しても、海外での販売には限界があるだろう。ただ、昨今の日本のアニメや玩具キャラクターの海外進出などの事例を見ると、この10年間で海外のマーケットもかなり様変わりしている部分がある。この試みが、これ



2か国語の表記があり、音声も収録されている。右は主言語＝仏語、副言語＝独語の画面

までに考えられなかった世界を舞台にした出版につながる可能性もあり、今後の動向を見守っていききたい。

2) バージョンアップという考え方

電子書籍、とりわけアプリケーション型の電子書籍は、結局アプリケーションソフトと同じであるため、通常のソフトウェアと同様に、バージョンアップという考え方を行うことができる。iPad では、一度ユーザーがダウンロードしたアプリケーションがバージョンアップすると、システム側から知らせが届き、ユーザーがバージョンアップできる仕組みが予め用意されている。これをうまく使うと、一度購入した読者に新刊の知らせを表示したり、絵本のページ数を追加したり、動きを追加したりなど、あらゆる改訂が事後にできるのである。書籍でも増刷時に改訂するケースはあるが、初刷在庫が倉庫に眠っているうちは改訂などまずできない。ところがオンライン型のアプリケーションは、この制約がないために、必要があればいつでも、何度でもバージョンアップを行うことができる。これをうまく利用すれば、すでに購入した読者全員に新しいデータを届けることができる。電子絵本の場合、この特性を利用して有用なコンテンツを継続していくことにより、それがロングセラーへの第一歩となる可能性がある。幼児・児童書、とりわけ絵本の分野は、他の書籍と異なって極めて息の長いロングセラーが数多く存在する分野であり、電子書籍分野の絵本にもロングセラーが登場する可能性がある。

6. 電子絵本の制作

さてここで、実際の電子絵本の制作過程について触れたいと思う。私は長年絵本や教育教材の制作に携わってきた。絵本の質を決定する最も大きな要素はイラストだといっても良いだろ

う。すでに iPad で販売されている幼児向けのソフトがすでに何タイトルか存在するが、いずれも絵本として見ると、このイラスト部分がおろそかであり、とても絵本制作の専門家が関わっているとは思えないようなものが多々ある。そこで今回は、実際に書店に並ぶ絵本と遜色ないレベルの電子絵本にしたいと思い、これまで多数のヒット絵本を出版している、絵本作家のわらべきみか氏にイラストを依頼することにした。実際わらべ氏も電子書籍については非常に興味を持っていたようで、自身初の電子出版作品となる今回の作品に積極的に関わっていただくことができた。

1) プログラミングの重要性

電子書籍、特に今回のアプリケーション型の電子書籍の開発は、基本的にプログラム開発と同じである。したがって、イラストレーター他にプログラマーが関わる必要がある。今回は、立ち上げのメンバーである中山氏がプログラミングを担当した。

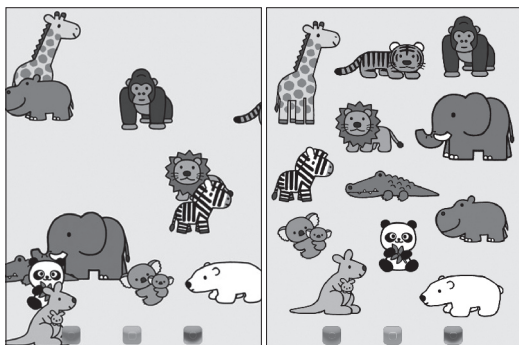
絵本の質を決めるのはイラストであると先に述べたが、電子絵本の場合はイラストだけでなく、プログラマーの力量、センスにも大いに左右される。電子絵本の難しさは、この両方が満たされないと、いい作品になり得ないところだろう。プログラマーは、まさにイラストレーターの作品に命を吹き込む役割を担っているといっ

て良い。実際には、画面のどこをどれくらい触ると、どんなアクションが起きるのかということ、あらゆるケースを想定しながら、その動作をプログラム言語に置き換えて記述していく、気の遠くなるような作業なのだが、これは単に時間をかければ誰にでもできるというものではない。ちょっとした動作、ちょっとしたタイミングのタメ、ちょっとした気の効かせ方、そういうクリエイティブな素養が大いに必

要とされる役割であることが、今回非常によくわかった。つまり、良質のイラストを使っても、プログラマーの適正次第で、そのイラストを生かしきれないことが十分にありえるのである。

このように、電子出版、特にアプリケーション型電子絵本の制作においては、作家、プログラマー、編集者が緊密な連携のもとに制作進行が行われなければならない。電子絵本の編集者は、作家だけでなく、プログラマーとも連携して業務を行わなければならない。今回は、編集者の経験もある原田氏とプログラマー中山氏、絵本作家としてのわらべ氏、そして監修という立場で私が関わったが、組み合わせとしてはほぼ理想に近いチームとなっており、制作進行も極めてスムーズに、短期間でクオリティの高いものが仕上がったと思われる。

蛇足ではあるが、従来の幼児・児童書、絵本出版社には、イラストの質を見極められる編集者は存在するが、おそらくこのプログラマーの適正を見極められる人材がほとんどいない。また仕様書通りに動くプログラムを作るだけのプログラマーではなく、作品に対してクリエイティブな貢献ができるプログラマーもそれほど多いとはいえないだろう。そういう意味で今後電子絵本市場が拡大するとなると、この分野の人材不足は今後、大きな問題としてクローズ



不規則に動いているように見える動物。すべてプログラムによりコントロールされている

アップされる可能性があると考えている。

2) 電子出版における印税率と初刷部数の問題

電子書籍が出版業界、とりわけ作家の間で話題になったテーマに印税率の問題がある。これまで日本の出版業界では、作家の印税は10%が相場であった。つまり定価の10%×印刷部数が作家の収入である。これは絵本でも文芸でもほぼ同様である。私も長年出版業界に勤めたが、この数字の根拠は聞いたことがなかった。長年のうちに形成された業界慣習のような数値なのだろう。しかし、ここ数年の出版不況の影響を受け、作家は7～8%の印税を提示されることが増えており、10%の印税というのは、著名な作家に限られるような状況になってきている。さらに、これまでは出版社が判断した印刷部数に対して印税が設定されていたのだが、最近は書籍の平均返品率が50%に近い異常事態となっているため、なかには「実売印税」(売れた部数分のみの印税)を求められるケースも増えている。

一方、Amazon がスタートした Kindle による電子書籍は、作家が自分で原稿を Amazon のシステムに投入すれば35%という印税が設定されるシステムになっている。さらに、今年になって電子書籍に参戦した Apple は、iPad で販売した電子書籍 (アプリケーションも含む) を、他のアプリケーションと同様に一律30%の手数料で販売すると発表。後に Amazon も条件付きだがこれに追随したため、このことが「電子出版は印税率70%」とセンセーショナルに伝えられたゆえんである。

通常の書籍であっても、出版社から取次に卸す際の取引条件は70%前後が普通であり、その後出版社が人件費や営業経費、流通経費などを引いて、作家には10%となるのだから、電子出版に関しても、すべて作家が一人で言う自費電

子出版のようなスタイルならともかく、間に会社組織が入れば、70%全てが作家の印税になるはずはない。ただ、電子出版の場合、在庫や物流コスト、返品ロスが一切ないことから、印税は10%を大きく超えるのが普通だろうと、多くの作家が希望的に捉えていたのである。

また、印税率の問題と切り離せないのが初刷部数の問題である。電子書籍は、ダウンロードで販売するものであるために、初刷部数という概念が存在しない。これまでの出版の場合は、仮に1万部刷った書籍が3000部しか売れなかったとしても、作家は印刷した1万部分の印税を受け取れる。このリスクは出版社が負っている。ところが電子書籍の場合は、3000部しか売れなかった場合は、作家も印税は3000部しか受け取れない。つまり常に実売印税なのである。この場合、ある程度の部数を想定して、作家に印税の前渡しを行えば良いのだが、この部数をどの程度に見積もるかというのも、今回は難しい問題だった。第1作目で売れ数の予測を行うことなどほとんど不可能である。なにより電子書籍、とりわけ電子絵本という分野のタイトルがどれくらい売れるのかというデータなどどこにもなく、さらにiPadが今後どれくらい普及するかもまだ未知数の世界だからだ。

彼らが絵本作家であるわらべ氏と交渉したときに、これらの問題について合意を得るまでにはかなりの時間がかかったが、最終的には合意に達することができ、企画は成立となった。合意した印税率などをここで明らかにすることはできないが、モデルケースとしては意味のある合意内容だったのではないかと。

しかし、今後電子出版についての妥当な印税率について、関係者にある程度のコンセンサスが生まれるまでにはまだだいぶ時間がかかるであろう。今回のケースも一つの実験的な取り組みであり、彼らも、今回の合意内容を今後すべて

の作品に適用するとは考えていない。印税率の問題ひとつをとっても、まだまだ流動的で、たとえば、文芸もののように、編集者の関与があるとはいえ、作家がほとんどすべての原稿を作成し、電子書籍化に当たってはデータ変換程度で出版に持ち込めるようなものに、作家の印税率が10%ということはあるまいと思う。ただし、これが35%なのか50%なのか、また完璧に実売印税だけで行くのか、アドバンスを絡めた形の契約が主流になるのか、この部分は、数多くの会社が実際の事例を作りながら着地点を模索するしかない。これらの問題は、今後電子出版を扱う版元と作家の間で常に議論され、当事者が頭を悩ませる問題となるのではないだろうか。

3) 学生の反応

さて、制作の過程において、今回の作品のプロトタイプを本学の学生にレビューする機会を得た。さらに、出版物の動向と編集のあり方について研究する講義科目では、「電子書籍と本の未来について思うこと」のレポート提出も課した。以下、このレポートに表現された特徴的な考えを概観する。

・紙の本はなくなってほしくない

「電子書籍 VS 紙の書籍」という観点から多くの意見があったが、総じて「紙の本にはそれしか持ち得ない価値がある」「風合いがある」という意見が多く見られた。つまり、紙の本がなくなってしまい、すべて電子書籍になるのは「寂しい」「もったいない」という現状肯定の意識である。また、電子書籍も紙の本も、どちらも良さがあるので、将来は共存して欲しいという意見もあった。

・電子書籍は紙の代替ではなく新しいメディア

である

今の紙の書籍とは全く別のコンテンツとして捉えるべきであるという意見も目についた。電子書籍は、販売方法がこれまでの方法とは大きく異なり、そのために販売手法、宣伝手法、読者がその存在を知る手段などもこれまでの紙の本とは大きく異なるだろうという意見も数多く存在した。さらにその考えを進めて、これまで紙の本は作家と編集者だけが関わって商品化されていたが、これからはネットなどを通じて、そのような過程がオープンになり、世界中の読者が審査員となりうるという未来像を語ったものや、個人個人が自分の好みのものをネット空間で発信することが電子書籍のプロモーションとなる可能性、いわゆるソーシャルフィルタリング（ソーシャルキュレーション）に言及したのもあった。

・現状の販売システムに関する危惧と、電子書籍への危惧

現在出版業界としても問題となっている、書籍の流通、販売についての意見も多かった。今の書店では目当ての物が見つけられない、探すのが苦痛となっているため、良い本が埋もれてしまっているという考えである。電子書籍になると、様々な手法、特に前出の個人が情報を発信することで販売につながるために、このような状況が改善するのではないかという意見である。一方、電子書籍となると、売上がすぐにランキング化するために、かえって売れるコンテンツだけしか目にしなくなり、今の紙の本のような多様性が失われるのではないかとする意見もあった。

・人間の創作の幅を広げる可能性

これまで紙の本は出版に至るハードルが高く、作家としてデビューするのはごく一握りの人間

であったが、電子出版の場合、自費出版的な作品でも簡単に出版することができるようになる。そこに新たな創作の可能性を見出しているという意見も散見された。一方、そのことによるコンテンツの質の低下に言及した意見もあった。

自由記述としたために、これらの意見を量化することはできないが、電子書籍に関する一般的な考え方はほぼ網羅されているように思う。あまり予備知識を与えずに課したレポートであったが、短時間のうちにこれだけの意見が出てくることから、今電子書籍というものが非常に大きな興味、関心の対象となっていることが伺えた。

7. 電子出版の今後

さて、このように現状日本では学生レベルにおいても電子出版に関しては相当な関心が持たれており、今年2010年は日本の電子出版元年とする見方も多い。今年が本当に元年かどうかは後に歴史として振り返る必要があるだろうが、今、何らかのターニングポイントに差し掛かっていることだけは事実だろう。地球環境的な観点からも、これだけ紙を消費する出版という産業が、電子データの流通に置き換わっていくという流れは、この先必然的に逆戻りするということはないと思う。だからといって、紙の本の出版が急に消滅するはずはないが、電子化のトレンドはもう止めようがないのも事実だ。つまり、電子書籍は、紆余曲折するかもしれないが、大局的にはこれから確実に普及していくと考えている。要は、いつ頃になったら、人は電子デバイスの上で普通に活字を読むようになるのかということである。これが5年後か、10年後か、50年後か、それとも100年後なのかはわからないが、2010年という年は、グーテンベルクの印刷機の発明以来発展してきた出版産業が、その有り様を根底から変える最初の具体的変化が起

きた年として記録されることになるのではない
かと思っている。

インターネットの商用利用が一般化したのは
1994年頃のことだったが、それから5～6年の
うちに、ありとあらゆるネットサービスが登場
しては浮き沈み、また合従連衡して、2000年頃
にはネット関連企業、サービスには大手と呼ば
れる企業が存在していた。電子出版の世界でも、
おそらくこれから5～6年のうちに大手、ベン
チャーが入り乱れて様々なトライアルが行われ、
その中から2015年頃には新たな業界の構造が見
えてくるのではないだろうか。そのとき日本の
電子書籍の配信プラットフォームのプレイヤー
が、Amazon、Google、Appleなどのアメリカ
のIT企業になっているのか、それとも日本独
自のプラットフォーマーが現れているのかはわ
からない。ただ、コンテンツを供給する出版社
という存在は、今とは違うスタイルになったと
しても存続するだろうし、むしろこれまでより
も参入障壁が低くなることにより、多様な出版
社が存在し得る状況が到来する可能性が高いだ
ろう。そして、このタイミングに船出する、小
さいがきちんとしたコンテンツを創りだす出版
社に、これからも具体的な関与を続けながら、
歴史的变化を体験していきたいと考えている。